



⑬ BUNDESREPUBLIK  
DEUTSCHLAND



DEUTSCHES  
PATENTAMT

⑫ **Offenlegungsschrift**  
⑩ **DE 197 10 751 A 1**

⑤① Int. Cl.<sup>6</sup>:  
**G 09 F 19/22**  
G 09 F 11/26  
A 63 C 19/10  
E 01 C 13/00  
E 04 F 15/22

⑳ Aktenzeichen: 197 10 751.6  
㉔ Anmeldetag: 14. 3. 97  
㉕ Offenlegungstag: 30. 10. 97

DE 197 10 751 A 1

⑥⑥ Innere Priorität:

296 04 773.2 14.03.96

⑦① Anmelder:

Jentsch, Jürgen, 87629 Füssen, DE; Jentsch, Tobias,  
87629 Füssen, DE

⑦④ Vertreter:

Kuhnen, Wacker & Partner, Patent- und  
Rechtsanwälte, 85354 Freising

⑦② Erfinder:

gleich Anmelder

⑤④ Verfahren und Werbeträger zur Anzeige von Werbebotschaften

⑤⑦ Offenbart sind ein Verfahren zur Anzeige von Werbebotschaften und für ein derartiges Verfahren geeignete Werbeträger, bei denen die Werbebotschaft entweder virtuell einblendbar ist oder aber als Einlegeteil oder als Aufdruck auf einen Bodenbelag, beispielsweise einer Sportfläche aufbringbar ist.

DE 197 10 751 A 1

Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Anzeige von Werbebotschaften gemäß dem Oberbegriff des Patentanspruchs 1 und in einem derartigen Verfahren verwendbare Werbeträger gemäß dem Oberbegriff des Patentanspruchs 4 oder 8.

Üblicherweise erfolgt die Werbung bei Sportanlagen über Werbeträger, die als Aufstelltafeln oder elektronische Anzeigen am Randbereich des Sportfeldes angeordnet sind. Bei Fußball- oder Eishockeystadien sind die Werbeträger als Banden zwischen den Zuschauertribünen und dem Spielfeld angeordnet, so daß die Werbung vom Zuschauer während der Beobachtung des Spieles erfaßt wird. Eine derartige Anordnung der Werbeträger ermöglicht auch eine Bildübertragung der Werbung während einer Fernsehübertragung der Veranstaltung, da die Kameras in der Regel auch die Randbereiche des Spielfeldes erfassen.

Die Bandenwerbung oder die Werbung auf aufgestellten Schautafeln hat des weiteren den Nachteil, daß die verwendeten Träger relativ geringe Abmessungen aufweisen müssen, da der Blick auf das Spielfeld nicht verstellt werden darf, so daß die Informationsübertragung nicht im gewünschten Maß stattfinden kann.

In letzter Zeit wurden anstelle der statischen Banden häufig sogenannte Rotationsbanden eingesetzt, bei denen auf einer umlaufenden Rolle mehrere Werbebotschaften angeordnet sind, so daß je nach Drehwinkel eine Botschaft in die Sichtposition gebracht werden kann. D.h., bei derartigen Rotationsbanden lassen sich mehrere Werbebotschaften nacheinander auf einer Sichtfläche darstellen.

Bei Skisportveranstaltungen, wie beispielsweise Skispringen, Ski- oder Snowboardrennen etc. beschränkt sich die Werbung im wesentlichen auf den Bereich des Zielraumes oder Auslaufes, in dem in der Regel Transparente oder in letzter Zeit auch häufig Ballone verwendet werden, die mit entsprechenden Werbeaufdrucken versehen sind. Im Bereich der eigentlichen Piste oder der Schanze ist, abgesehen von den Flaggen für die Tore einer Skipiste, praktisch keinerlei Werbung vorgesehen, da die Anbringung von derartigen Transparenten oder Schautafeln im Randbereich der Piste oder der Sprungchance aus sicherheitstechnischen Gründen untersagt ist.

Sämtliche vorstehend genannten Verfahren zur Anzeige von Werbungen und die dabei genutzten Werbeträger haben den Nachteil gemeinsam, daß die verfügbare Werbefläche relativ gering ist und eine Änderung der Werbebotschaft eines erheblichen Aufwandes bedarf.

Demgegenüber liegt der Erfindung die Aufgabe zugrunde, das Verfahren zur Anzeige von Werbebotschaften und einen insbesondere für ein derartiges Verfahren geeigneten Werbeträger derart weiterzubilden, daß eine verbesserte Werbeinformationsübertragung ermöglicht ist.

Diese Aufgabe wird hinsichtlich des Verfahrens durch die Merkmale des Patentanspruchs 1 und hinsichtlich des Werbeträgers durch die Merkmale des Patentanspruchs 4 oder des Patentanspruchs 8 gelöst.

Durch die Maßnahme, die Werbebotschaft entweder virtuell auf dem Werbeträger abzubilden oder als Einlege-  
 geteil oder Deckschicht auf demjenigen Belag anzuordnen, mit dem beispielsweise eine Sportfläche einer Sportanlage versehen ist, kann der Platzbedarf in optimaler Weise an die zu vermittelnde Werbebotschaft

angepaßt werden. Die erfindungsgemäße Ausgestaltung der Werbebotschaft ermöglicht darüber hinaus eine schnelle und flexible Anpassung der Werbebotschaft an die Bedürfnisse der Kunden und der Zielgruppen, die bei den vorbeschriebenen statischen Werbeträgern nicht möglich war.

Insbesondere die virtuelle Abbildung der Werbebotschaft auf den Werbeträgern ermöglicht es, eine Vielzahl von Werbebotschaften aufeinanderfolgend oder gleichzeitig auf einem Werbeträger anzuzeigen. Unter virtueller Abbildung ist in den folgenden Ausführungen eine Abbildung beispielsweise durch Projektion oder per Computeranimation, etc. zu verstehen, wobei im letztgenannten Fall die Werbebotschaft über eine Anzeigevorrichtung, beispielsweise einen Bildschirm eines Fernsehers oder eines Computers an die Zielgruppe abgegeben wird.

Als neutraler Hintergrund für die virtuelle Werbung können beispielsweise der Belag einer Sportfläche, deren Randbereiche oder aber in einer alternativen Variante Werbeträger verwendet werden, die eine Projektionsfläche aufweisen.

Als derartige Werbeträger bieten sich beispielsweise Banden an, die an einer ersten Sichtfläche eine Projektionsfläche aufweisen, die mit einer neutralen Hintergrundfarbe überdeckt ist, während an der Rückseite des Werbeträgers eine herkömmliche, statische Bandenwerbung aufgedruckt ist. Ein derartiger Werbeträger läßt sich beispielsweise als Bande im Umfangsbereich eines Spielfeldes (Fußball, Tennis, Handball, Basketball, etc.) aufstellen, wobei die mit einer Hintergrundfarbe versehene Projektionsfläche derjenigen Seite zugewandt ist, auf die die Fernsehkameras gerichtet sind, während die auf der Rückseite aufgedruckte herkömmliche Werbung praktisch nur für die vor Ort befindlichen Zuschauer sichtbar ist. Diese Variante hat den Vorteil, daß der Werbeträger praktisch zweifach — virtuelle Werbung auf der einen Seite, herkömmliche statische Werbung auf der anderen Seite — ausnutzbar ist.

Die Effektivität dieses Werbeträgers läßt sich weiter erhöhen, wenn die Rückseite als sogenannte Rotationsbande ausgebildet ist.

Besonders vorteilhaft ist es, wenn auch die mit der Hintergrundfarbe versehene Projektionsfläche als Rotationsbande ausgeführt ist, da dann in dem Fall, in dem keine Fernsehübertragung oder eine Übertragung auf sonstige Art und Weise (Internet, etc.) erfolgt, durch entsprechende Ansteuerung der Rotationsbande auf herkömmliche Werbung ausgewichen werden kann.

Als Hintergrundfarbe dürfte eine blaue Beschichtung der Projektionsfläche besonders gut geeignet sein.

Durch die alternative Maßnahme, den Werbeträger in den Belag der Sportfläche, beispielsweise einer Skipiste oder einem Spielfeld, einzuarbeiten, können auch diejenigen Bereiche mit Werbeträgern versehen werden, auf denen die eigentliche Sportart oder sonstige Aktivität durchgeführt wird und die damit jederzeit im Blickfeld der Kameras und der Zuschauer sind. Durch diese Maßnahme ist gewährleistet, daß der Werbung eine erhöhte Aufmerksamkeit entgegengebracht wird, so daß ein größerer Informationsgehalt vermittelbar ist.

Bei Rasenspielflächen kann der Werbeträger als Einlege-  
 geteil ausgebildet werden, das in dem Rasen bündig aufgenommen ist, so daß keine Unebenheiten in der Rasenoberfläche gebildet werden. Das Einlege-  
 geteil kann dabei ein gefärbter Kunst- oder Naturrasenabschnitt sein.

Alternativ dazu ist es möglich, den Rasen der Sport-

fläche selbst einzufärben. Als Farbe kommt beispielsweise Lebensmittelfarbe in Frage.

Bei Wintersportarten mit schneebedeckten Sportflächen wird es bevorzugt, den Schnee selbst mit geeigneten Farben einzufärben oder Einlegeteile aus Kunstschnee, Kunststoff etc. in den Schneeelag einzuarbeiten, die entsprechend den Bedürfnissen eingefärbt oder räumlich ausgestaltet sind.

Dabei wird es bevorzugt, die Werbeträger demjenigen Bereich zuzuordnen, in dem sich der Sportler nach Vollbringen seiner sportlichen Leistung aufhält, das heißt beispielsweise im Zielraum einer Piste oder im Auslauf einer Ski-Sprungschanze.

Bei Ski-Sprungschancen können die Werbeträger auch im Bereich des Schanzentisches, das heißt in demjenigen Teil des Aufsprungs, der üblicherweise von allen Springern übersprungen wird vorgesehen werden.

Eine besonders einfach auswechselbare Form des Werbeträgers erhält man, wenn die Einlegeteile auswechselbar in dem Belag angebracht werden. Dabei können vorteilhafterweise Einsätze verwendet werden, in denen die Einlegeteile zur Ausbildung der Werbeträger selbst wieder auswechselbar aufgenommen sind, so daß in der Sportfläche vorbestimmte Ausnehmungen für genormte Einsätze ausgebildet werden können.

Bei Eishockeystadien ist es zwar bisher bereits üblich, auf der Eisfläche Werbemaßnahmen vorzusehen, diese Werbeflächen sind jedoch auf dem Stadionboden oder einer ersten Deckschicht aufgebracht, die später von der durchsichtigen Eisschicht überdeckt wird. Ein derartiger, von der Eisschicht überdeckter Werbeträger ist in der Regel nicht auswechselbar und muß daher während der gesamten Saison unverändert bleiben. Gegenüber dieser herkömmlichen Form bietet die Erfindung einen erheblichen Fortschritt, da die Werbeträger als Einlege-  
teile im Belag selbst ausgebildet sind.

Vorteilhafte Weiterbildungen der Erfindung sind Gegenstand der sonstigen Unteransprüche.

Im folgenden werden bevorzugte Ausführungsbeispiele der Erfindung anhand schematischer Zeichnungen näher erläutert. Es zeigen:

Fig. 1 eine Seitenansicht einer Sprungschanze;

Fig. 2 den Auslauf einer Sprungschanze oder den Zielraum einer Skipiste;

Fig. 3 einen Schnitt entlang der Linie A-A in Fig. 2;

Fig. 4 eine Draufsicht auf ein Fußballfeld und

Fig. 5 einen Schnitt durch einen bandenförmigen Werbeträger.

Die Erfindung soll zunächst am Beispiel eines Skisprungstadions beschrieben werden. Fig. 1 zeigt eine schematische Darstellung einer Skisprunganlage 1, bei der die Sprungschanze 2 auf einem Sprunghügel angeordnet ist. An einen Schanzentisch 4 der Sprungschanze 2 schließt sich ein Aufsprung 6 an, der in einen Auslaufbereich 8 übergeht.

Der Auslaufbereich 8 ist bei derartigen Skisprungstadions derjenige Bereich, in den sich die Springer nach ihrem Sprung für eine gewisse Zeit aufhalten und in denen auch die Siegerehrung im Anschluß an das Skispringen stattfindet. Das heißt, dieser Bereich steht unter ständiger Beobachtung der Zuschauer und auch die Medien, wie beispielsweise das Fernsehen haben ihre Reporter und Bild-/Tonaufzeichnungsgeräte auf diesen Bereich konzentriert.

Bei herkömmlichen Skisprungstadions ist aus diesem Grund die Werbung auf den Auslaufbereich konzentriert.

In Fig. 2 ist eine Draufsicht auf den Auslaufbereich 8

dargestellt. Üblicherweise wird bei der herkömmlichen Anordnung der Werbeträger Ballone, Transparente oder Schautafeln am Randbereich 10 des Auslaufbereichs 8 vorgesehen, wobei diese Werbemittelträger entweder eine vergleichsweise geringe Höhe aufweisen müssen oder aber an Stellen angeordnet werden, an denen sie den Zuschauern nicht die Sicht auf das Geschehen verstellen können.

Gemäß der Erfindung ist nun vorgesehen, die Werbeträger bei einem Skisprungstadion 1 im Auslaufbereich 8 oder unmittelbar hinter dem Schanzentisch 4 anzuordnen (strichpunktirt angedeutet in Fig. 1), so daß der eigentliche Aufsprungsbereich nicht mit den Werbeträgern versehen ist. Auf diese Weise wird eine Gefährdung der Sportler beim Aufspringen aufgrund unterschiedlicher Reibungskoeffizienten von Werbeträger und Belag verhindert.

Durch die Erfindung erfolgt eine Abwendung von dem eingangs beschriebenen Werbeprozess dahingehend, daß die Werbeträger unmittelbar auf dem Belag der Sportfläche vorgesehen werden. Das heißt, bei Wintersportarten auf einem Schneeelag wird die Werbeaussage — im vorliegenden Fall die Kennbuchstaben einer Marketingagentur — beispielsweise durch Einfärben des Schnees oder durch virtuelle Einblendung im Auslaufbereich 8 ausgebildet, so daß die Zuschauer immer dann die Werbung im Auge haben, wenn sich ein Sportler in dem Auslaufbereich aufhält. Im Fall der virtuellen Einblendung kann die Schneefläche selbst als Hintergrund verwendet werden, so daß keine eigenen Werbeträger mit Projektionsflächen angeordnet werden müssen. Da praktisch die gesamte Fläche des Auslaufbereichs 8 zur Verfügung steht, bestehen im wesentlichen keine größenmäßigen Beschränkungen für die Werbeaussage. Das Einfärben des Schnees im Auslaufbereich 8 birgt jedoch den Nachteil in sich, daß beim Überfahren dieses Bereiches die Werbung verwischt oder durch anderen Schnee überdeckt werden kann. Es wird daher bei einer Alternativlösung bevorzugt, wenn die Werbeaussage in Form von einem oder mehreren Einlege-  
teilen 12a, 12b, 12c und 12d in den Belag eingearbeitet werden, so daß eine bündige Belagoberfläche erzielbar ist. Die Einlege-  
teile 12(a-d) können beispielsweise aus Kunstschnee oder Kunststoff ausgebildet werden, die in entsprechende Ausnehmungen des Grundbelages 14 eingesetzt werden.

Fig. 3 zeigt einen Teilschnitt entlang der Linie A-A in Fig. 2.

Demgemäß wird im Belag 14 eine Ausnehmung 16 entsprechend der Werbeaussage — beispielsweise des Buchstaben J — ausgeformt und in diese Ausnehmung 16 form- und/oder kraftschlüssig das Einlege-  
teil 12 eingesetzt. Aus Sicherheitsgründen kann es dabei erforderlich sein, das Einlege-  
teil 12 mit gestrichelt angedeuteten Befestigungsmitteln 18 im Belag 14 zu verankern.

Falls das Einlege-  
teil 12 nicht aus einem Festkörper gebildet wird, sondern beispielsweise durch Einfüllen von Kunstschnee oder einem anderen Schüttgut gebildet wird, kann der Randbereich der Ausnehmung 16 auch mit einer strichpunktirt angedeuteten Verschallung oder Verstärkung 20 ausgebildet werden, die dann gewährleistet, daß das Einlege-  
teil seinen gewünschten Umriß beibehält.

Bei diesem Ausführungsbeispiel muß praktisch für jede Werbeaussage — im vorliegenden Fall jedem der Buchstaben 12a bis 12d — eine eigene Ausnehmung 16 in den Belag 14 eingebracht werden.

Alternativ dazu kann man — wie in Fig. 2 angedeutet

— in den Belag 14 einen flächenmäßig größeren Einsatz 22 (strichpunktiert in Fig. 2) einbringen, der im gesamten aus dem Belag 14 entnehmbar ist. In diesem Einsatz 22 sind dann wiederum verschiedene Ausnahmen zur Aufnahme der Werbeinformation ausgebildet, die denjenigen Ausnahmen 16 entsprechen, die in Fig. 3 dargestellt sind.

Eine derartige Variante mit auswechselbarem Einsatz 22 hat den Vorteil, daß der Einsatz getrennt von der Sportarena vorbereitet werden kann und dann im gesamten in eine geeignete Einsatzausnehmung eingebracht werden kann. Auf diese Weise können die Werbeträger en bloc ausgewechselt werden und sind dann auf unterschiedliche Weise variabel ausgestaltet. Selbstverständlich können die Einsätze 22 wiederum in mehrere Teileinsätze (nicht gezeigt) unterteilt werden.

Diese in den Belag 14 eingearbeiteten Werbeaussagen lassen sich an beliebigen Stellen des Auslaufes 8 vorsehen, beispielsweise auch an dem Endbereich 24 des Auslaufes 8, wobei ein Vorsehen der Werbeaussagen in diesem Bereich den Vorteil hat, daß hier die Bewegungsgeschwindigkeit der Sportler auf ein Minimum reduziert ist und somit keine Gefährdung durch unterschiedliche Reibungskoeffizienten der Einlegeeile 12 und des Belags 14 auftreten kann.

Die unterschiedlichen Reibungskoeffizienten dürften heutzutage jedoch nur noch eine untergeordnete Rolle spielen, da durchaus Kunststoffe bekannt sind, die hinsichtlich des Reibwertes im Bereich von Schnee oder auch Kunstschnell liegen und somit zur Verwendung in den erfindungsgemäßen Einlegeeilen 12 geeignet sind.

Fig. 4 zeigt eine Draufsicht auf ein Ballspielfeld, beispielsweise ein Fußballfeld, das prinzipiell in gleicher Weise wie der in Fig. 2 dargestellte Auslauf 8 mit Werbeaussagen versehen wurde. Unter der Annahme, daß der Belag des Fußballfeldes beispielsweise aus Rasen besteht, kann die Ausbildung der Werbeaussage wiederum durch Einfärben des Rasens 28 an den mit 26 angeordneten Bereichen, beispielsweise im Bereich des Anstoßkreises oder in den Hälften der beiden Mannschaften, ausgebildet werden.

Alternativ dazu können auch mit der Werbeaussage versehene Einlegeeile 12 verwendet werden, die prinzipiell den gleichen Aufbau wie diejenigen in den Fig. 1 bis 3 aufweisen. Das heißt, auch hier kann im Rasen 28 eine oder mehrere Ausnahmen 16 vorgesehen werden, in die dann die Einlegeeile 12 einsetzbar sind. Prinzipiell können die Einlegeeile ebenfalls nach dem Aufbau gemäß Fig. 3 ausgestaltet werden, so daß weitere Erläuterungen entbehrlich sind. Der einzige Unterschied besteht darin, daß das Material für die Einlegeeile im vorbeschriebenen Fall entweder ein Naturrasen, Kunstrasen oder sonstige Kunststoffeinsätze sind. Auch bei Rasenbelägen ist es besonders vorteilhaft, wenn die Werbeaussagen in auswechselbare Einsätze eingebracht werden, die wiederum mehrere Einlegeeile 12 tragen.

Während bei den vorbeschriebenen Ausführungsbeispielen der Werbeträger als Aufdruck oder als Einlegeeile in dem die Sportfläche bildenden Belag oder im Randbereich der Sportfläche ausgebildet war, wird im folgenden auf einen bandenförmigen Werbeträger 40 eingegangen, der eine äußerst flexible Anpassung der Werbebotschaften an die jeweiligen Erfordernisse (Zielgruppe, Veranstaltungstyp, beworbenes Produkt, etc.) ermöglicht.

Der bandenförmige Werbeträger 40 ist in Fig. 5 schematisch im Querschnitt dargestellt und kann — bei-

spielsweise bei einem Fußballstadion — in Form einer Bande im Randbereich des Stadions aufgestellt werden. Selbstverständlich kann der Werbeträger 40 auch auf eigenen Gerüsten oder an Wandflächen oder sonstigen Stützeinrichtungen befestigt werden.

Der Werbeträger 40 hat eine Vorderwandung 42, auf der eine flächige, vorzugsweise durchgehende Deckschicht 44 als Projektionsfläche aufgebracht ist. Diese Deckschicht 44 ist demjenigen Bereich der Sportanlage zugeordnet, auf den üblicherweise digitale oder analoge Aufzeichnungsgeräte, wie beispielsweise Fernsehkameras oder Videokameras gerichtet sind. D.h., die auf der Vorderwandung 42 angeordnete Werbebotschaft wird im wesentlichen über die Aufzeichnungsgeräte an Zuschauer übertragen. Die Übertragung ist nicht auf das Fernsehen oder sonstige Videoaufzeichnungen beschränkt, sondern umfaßt prinzipiell alle analogen oder digitalen Übertragungstechniken, beispielsweise auch die Aussendung über Computernetze. Des weiteren ist die Erfindung nicht alleine auf Sportveranstaltungen gerichtet, sondern ist auch bei Großveranstaltungen, wie beispielsweise Konzerten anwendbar, die — insbesondere in jüngster Zeit — auch über Internet oder sonstige Computernetze ausgesendet werden oder über diese Netze abrufbar sind.

Die Deckschicht 44 kann beispielsweise eine Farbschicht sein, wobei vorteilhafterweise eine vergleichsweise neutrale dunkle Farbe wie beispielsweise dunkelblau verwendet werden kann. Derartige Farben werden beispielsweise auch im Fernsehen zur Einblendung der Wetterkarte, etc. verwendet (Blue-Box-System).

Der Werbeträger 40 hat des weiteren eine Rückwandung 46, die beispielsweise in herkömmlicher Weise mit einer Werbeaussage bedruckt werden kann.

Bei der Verwendung einer derartigen Bande 40 zur Umgrenzung eines Spielfeldes wäre dann die Vorderwandung 42 dem Spielfeld zugewandt, während die Rückwandung 46 den Zuschauertribünen zugewandt ist.

Wie eingangs erwähnt, ist der verfügbare Raum bei einer sogenannten statischen Werbung, d.h. einer Bedruckung der Rückwandung 46 selbst relativ gering, so daß in einer bevorzugten Ausführungsform die Rückwandung 46 mit einer sogenannten Rotationsbande 48 versehen wird. Bei einer derartigen Rotationsbande wird die Werbebotschaft auf einem umlaufenden, bandförmigen Träger aufgebracht, der nach unterschiedlichen, bekannten Konstruktionsprinzipien aufgewickelt werden kann, so daß durch entsprechende Ansteuerung der Rotationsbande 48 mehrere Werbebotschaften nacheinander abgerufen werden können. Die effektive Werbefläche läßt sich mit derartigen Systemen um ein Vielfaches gegenüber statischen Bandenwerbesystemen vergrößern. Die Rotationsbanden finden insbesondere bei TV-relevanten Sportarten oder Veranstaltungen Verwendung.

Der in Fig. 5 gezeigte bandenförmige Werbeträger 40 vereint somit zwei Werbeprinzipien in sich. Auf der Vorderwandung 42 kann eine virtuelle Werbung betrieben werden, die in kürzester Zeit — sogar bei Liveübertragungen — geändert und an die Erfordernisse angepaßt werden kann, während auf der Rückwandung 46 eine herkömmliche Werbung mittels aufgedruckter Werbebotschaften erfolgt.

Die Flexibilität des Systems läßt sich weiter erhöhen, wenn — wie in Fig. 5 gestrichelt angedeutet — auch die Vorderwandung 42 mit einer Rotationsbande 50 versehen wird, so daß die Deckschicht 44 auf einem Teilabschnitt der umlaufenden Rotationsbande ausgebildet ist,

7 während die sonstigen, verbleibenden Abschnitte der Rotationsbande mit herkömmlicher Werbung bedruckt werden. Auf diese Weise kann im Fall einer Übertragung der Veranstaltung mittels elektronischer Medien die Rotationsbande 50 derart angesteuert werden, daß der mit der Deckschicht 44 versehene Abschnitt sichtbar wird, so daß die Werbefortschaften virtuell oder auf sonstige Weise einblendbar sind. In den Zeitabschnitten, in denen keine virtuelle Werbung erfolgt, kann durch entsprechende Ansteuerung der Rollbande 50 eine herkömmliche Werbung erfolgen, so daß praktisch jede Werbeform über den erfindungsgemäßen Werbeträger vermittelbar ist. 5 10

Selbstverständlich ist die erfindungsgemäße Form der Einbringung eines Werbeträgers nicht auf ein Skisprungstadion, ein Ballspielstadion (Fußball, Handball, Football etc.) oder ähnliches beschränkt, sondern die Erfindung ist in vorteilhafter Weise auch bei anderen Sportarten oder sonstigen Großveranstaltungen wie beispielsweise Konzerten, Vorträgen, etc. verwendbar. 15 20

So ist es beispielsweise vorstellbar, daß bei Golfplätzen bestimmte Stellen mit den oben genannten Einfärbungen, Einsätzen oder Werbeträgern ausgestattet werden, um Werbeaussagen aufbringen zu können. Bei Golfplätzen dürfte es dabei besonders vorteilhaft sein, die Werbeträger im Bereich des Abschlags, in Bunkern oder auf dem Putting-Green anzubringen. 25

Die Erfindung läßt sich auch im Bereich des Eisportes (Eishockey, Speedskating, Short-Track, Eiskunstlauf) anwenden, wobei in Abwendung von dem eingangs genannten bekannten Prinzip die Werbeaussage direkt auf das Eis aufgebracht wird (virtuell oder körperlich). Bei der Verwendung von Einlegeteilen kann vorgesehen werden, daß diese von einer Eisschicht überdeckt werden, die jedoch so dünn gewählt ist, daß ein Auswechseln der Einsätze ohne weiteres möglich ist. 30 35

Die Technik der virtuellen Einblendung von Informationen, wie beispielsweise die Einblendung des Spielstandes bei Sportveranstaltungen, Textübersetzungen, aktuellen Nachrichten, Wetterkarten, etc. (computer actuated images) ist bereits in der Fachliteratur beschrieben, so daß in der vorliegenden Anmeldung auf eine Wiederholung dieser für den Fachmann zugänglichen Informationen verzichtet wurde. 40

Offenbart sind ein Verfahren zur Anzeige von Werbefortschaften und für ein derartiges Verfahren geeignete Werbeträger, bei denen die Werbefortschaft entweder virtuell einblendbar ist oder aber als Einlegeenteil oder als Aufdruck auf einen Bodenbelag, beispielsweise einer Sportfläche aufbringbar ist. 45 50

#### Patentansprüche

1. Verfahren zur Anzeige von Werbefortschaften bei einer Veranstaltung, bei der der verfügbare Raum durch eine mit einem Belag versehene Fläche begrenzt ist, in deren Bereich Werbeträger für die Werbefortschaft ausgebildet sind, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbefortschaft virtuell auf dem Werbeträger (40) oder als Einlegeenteil (12) oder Deckschicht an/auf dem Belag ausgebildet wird. 55 60
2. Verfahren nach Patentanspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbefortschaft über ein elektronisches Medium, wie beispielsweise Fernsehen, Internet, etc. übertragen wird, wobei die Fläche oder deren Randbereiche als Werbeträger verwendet werden. 65
3. Verfahren nach Patentanspruch 1, dadurch ge-

8 gekennzeichnet, daß die Werbefortschaft auf einem die Fläche umgebenden bandenförmigen Werbeträger (40) abgebildet wird, dessen Sichtfläche (42) mit einer neutralen Hintergrundfarbe (44) versehen wird.

4. Werbeträger, insbesondere für ein Verfahren nach einem der vorhergehenden Patentansprüche, gekennzeichnet durch eine Sichtfläche, die flächig mit einer Deckschicht (44) versehen ist, und eine zweite Werbefläche (46, 48), die auf einer von der Sichtfläche (44) abgewandten Rückwandung (46) des Werbeträgers (40) angeordnet ist und die eine Werbefortschaft trägt.

5. Werbeträger nach Patentanspruch 4, dadurch gekennzeichnet, daß die zweite Werbefläche als umlaufende Rotationsbande (48) ausgebildet ist, auf der eine Vielzahl von Werbefortschaften angeordnet sind.

6. Werbeträger nach einem der Patentansprüche 4 oder 5, dadurch gekennzeichnet, daß die Sichtfläche (44) auf einer Rotationsbande (50) ausgebildet ist, auf der neben der Sichtfläche (44) noch weitere dritte Werbeflächen mit Werbefortschaften vorgesehen sind.

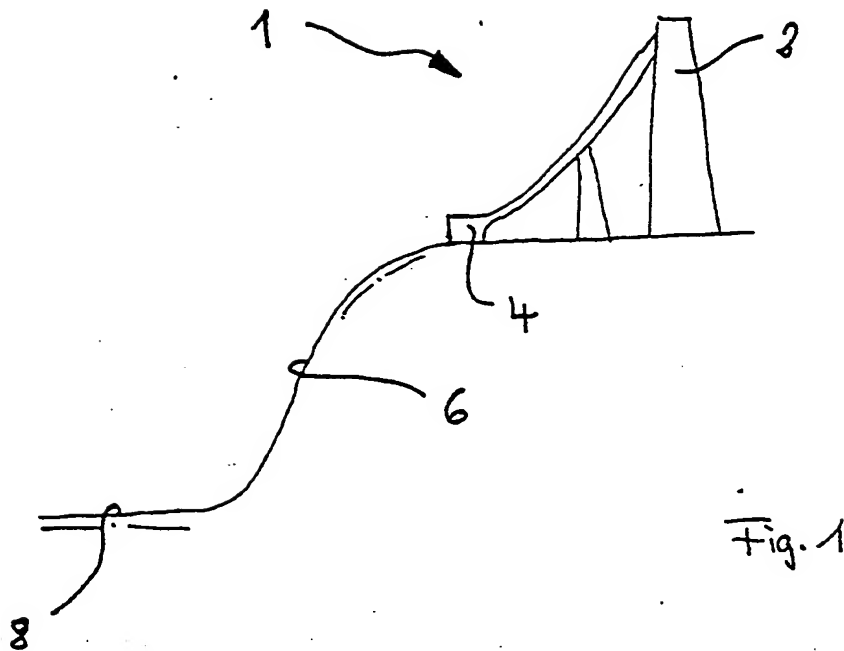
7. Werbeträger nach einem der Patentansprüche 4 bis 6, dadurch gekennzeichnet, daß die Hintergrundfarbe dunkelblau ist.

8. Werbeträger, insbesondere zur Durchführung des Verfahrens nach einem der Patentansprüche 1 bis 3, dadurch gekennzeichnet, daß der Belag eine Schneeauflage (14) einer Wintersportfläche, wie beispielsweise eine Ski-, Snowboardpiste, Sprunganlage oder die Eisauflage einer Eisfläche ist und der Belag (14, 28) eingefärbt ist oder daß der Werbeträger als Einlegeenteil (12) in den Belag eingearbeitet ist.

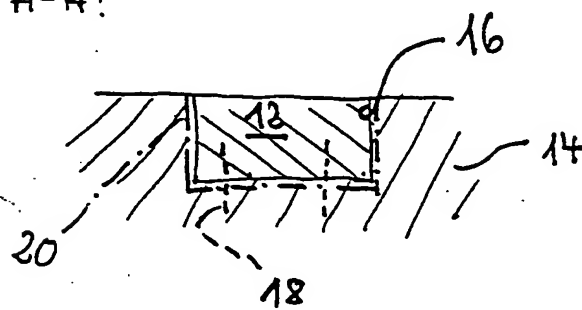
9. Werbeträger nach Patentanspruch 8, dadurch gekennzeichnet, daß die Einlegeteile (12) auswechselbar im Belag (14, 28) eingebracht sind.

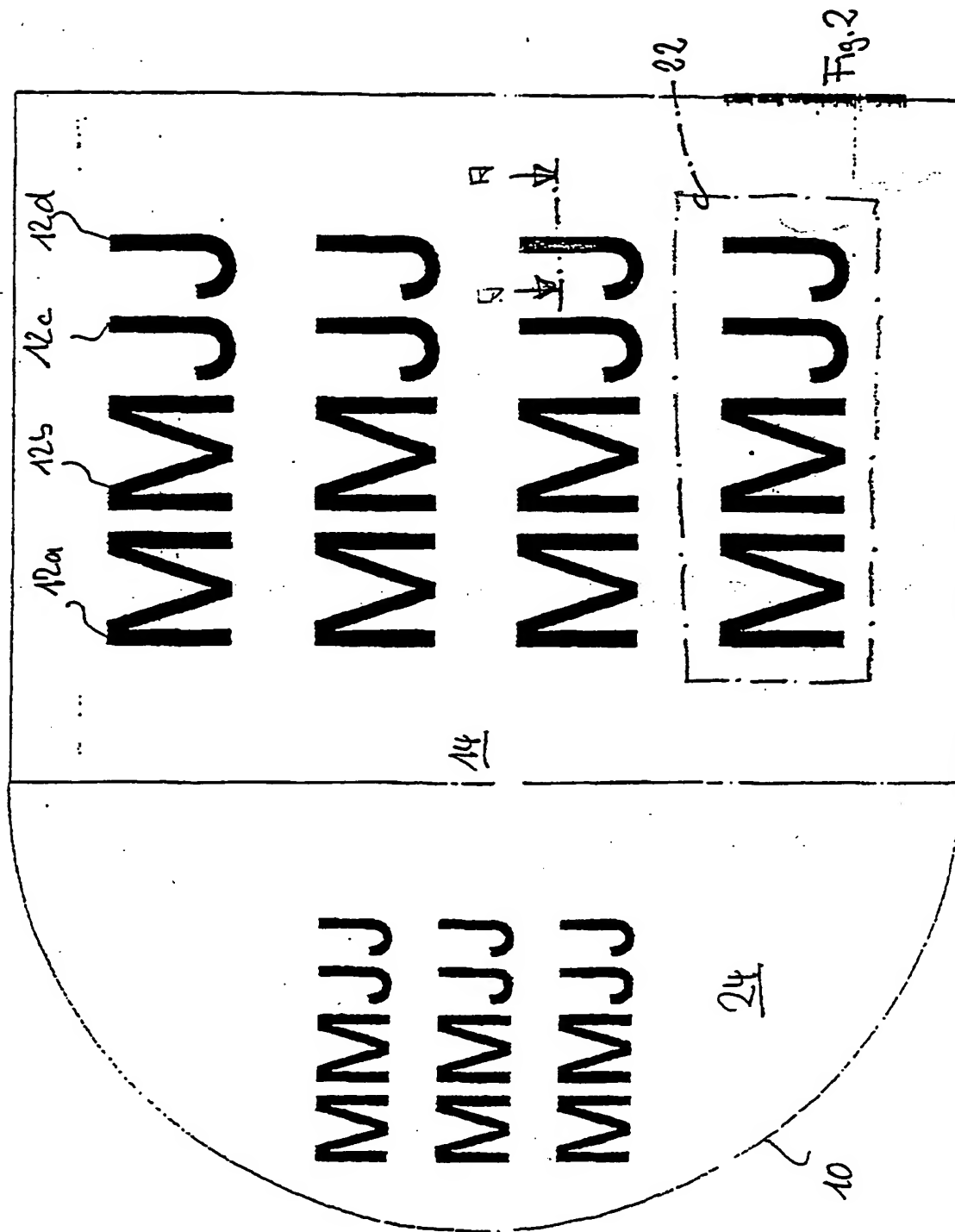
10. Einlegeenteil nach Patentanspruch 9, dadurch gekennzeichnet, daß die Einlegeteile (12) in einem Einsatz (22) eingebracht sind, der selbst auswechselbar im Belag (14, 28) angeordnet ist.

Hierzu 4 Seite(n) Zeichnungen



A-A:







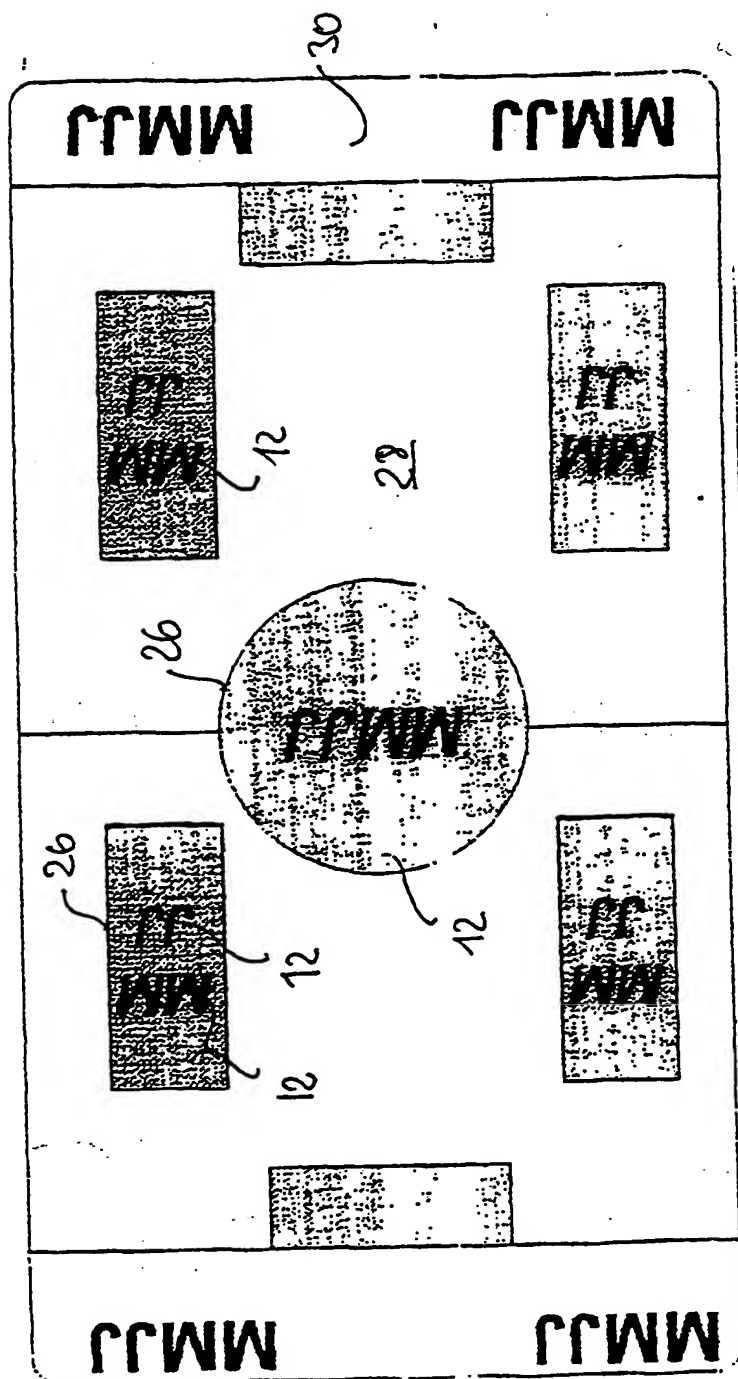


Fig. 4



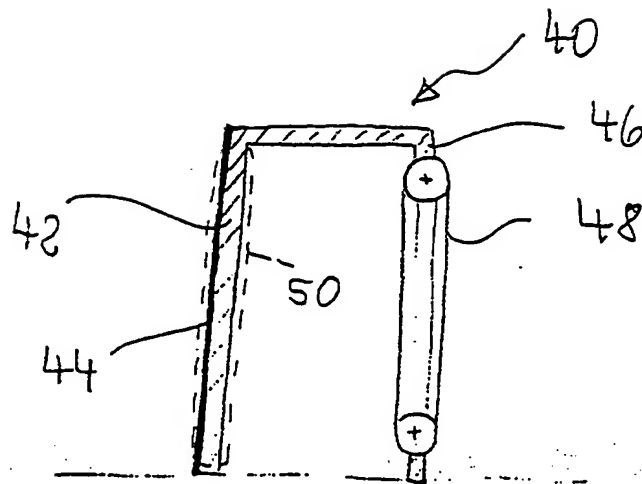


Fig. 5